

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul

Perusahaan sekarang ini terus bersaing dalam rangka menciptakan produk berkualitas yang dapat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat terutama dalam bidang kesehatan. Kebutuhan utama yang diperlukan masyarakat dalam menjaga kesehatan salah satunya adalah produk herbal. Produk herbal merupakan produk yang bahan utamanya berasal dari alam baik yang berbentuk obat, suplemen maupun kosmetik.

Pola masyarakat yang sekarang cenderung ke pola hidup sehat alami menjadikan produk herbal sebagai potensi dan peluang yang sangat menjanjikan. Kecenderungan dan kepercayaan masyarakat pada obat herbal juga terus meningkat. Menurut data survei Sosial Ekonomi Nasional 2007, masyarakat yang memilih mengobati diri sendiri dengan obat tradisional mencapai 29,69%, meningkat dalam waktu tujuh tahun dari yang semula hanya 15,2% (Sumber: Kompas.com). Peningkatan penggunaan obat herbal ini membuat para pengusaha bersaing untuk dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Fokus utama perusahaan dalam hal ini adalah kualitas produk, sebagai salah satu cara meningkatkan daya saing yang harus sesuai dan mampu memenuhi harapan konsumen.

Kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Kualitas merupakan keunggulan yang dimiliki suatu produk. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Sebaliknya jika produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. “Suatu produk dikatakan berkualitas atau bermutu bila produk tersebut memenuhi atau melebihi harapan pelanggan” (Kotler dan Keller, 2016:180). Kualitas ditentukan oleh pelanggan dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa. Dilihat dari segi kualitas produk, secara umum masyarakat Indonesia

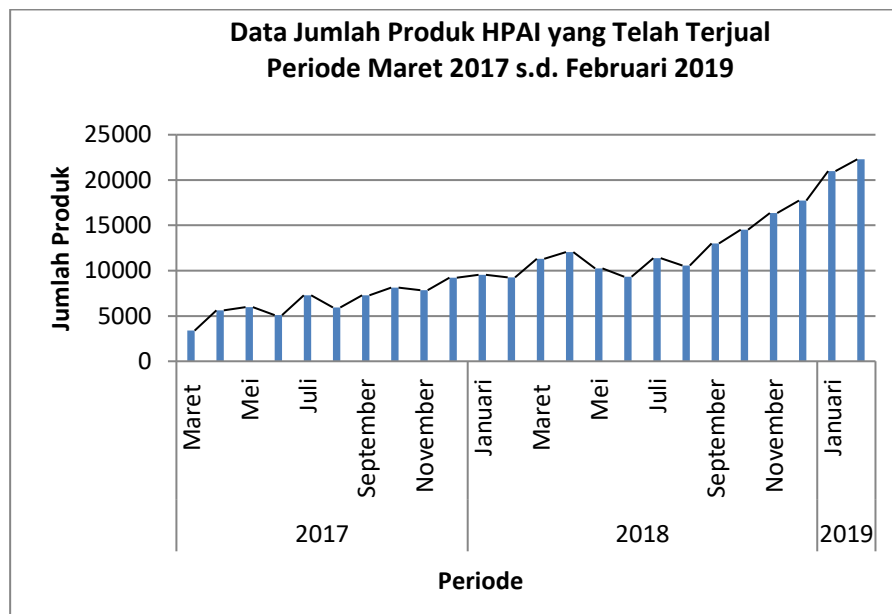
cenderung memilih obat herbal dibandingkan dengan obat kimia dikarenakan memiliki efek samping yang rendah. Tetapi dari segi manfaat dan cara kerja, obat herbal biasanya baru menampakkan manfaatnya jika dikonsumsi rutin dalam jangka panjang. (Sumber: Kompas.com).

Begitupula dengan faktor lainnya yang mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian adalah dengan melihat keberadaan label halal yang terdapat pada kemasan produk. Menurut Sangadji (2013:201), “label merupakan salah satu atribut produk ekstrinsik yang diperoleh dari segala aspek eksternal produk”.

Atribut produk atau jasa merupakan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan evaluasi pilihan melalui pertimbangan sebagai usaha pemenuhan kebutuhan atau manfaat tertentu dari solusi produk/jasa (Haryadi, 2005:29)

Dilihat dari label halal, sebagian masyarakat berpendapat bahwa label halal merupakan faktor yang pertama kali diperhatikan dalam pembelian, namun disisi lain masyarakat juga sering lalai dalam melihat label halal karena masyarakat percaya kepada pemerintah yang sudah menjamin produk halal di pasaran. (Sumber: Kompasiana.com)

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan produk herbal alami yang halal dan memiliki kualitas terbaik. HPAI berusaha untuk selalu meningkatkan kesehatan masyarakat Indonesia melalui produk obat herbal, kosmetik dan suplemen yang berkualitas. Berikut data tingkat penjualan produk HPAI Business Center Palembang 3.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Produk HPAI *Business Center* Palembang 3
 Sumber: <https://hpaindonesia.net/id>

Dari grafik tersebut di atas terbukti bahwa penjualan produk HPAI mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dilihat dari segi kualitas produk karena berbagai produk yang telah diproduksi oleh PT HPAI berbahan alami dan aman untuk dikonsumsi oleh semua umur karena umumnya herba nabati dan hewani yang digunakan adalah herba yang bersifat obat moderat sehingga aman dikonsumsi oleh semua tingkatan umur dan memiliki khasiat bagi kesehatan konsumen, yang dibuktikan melalui testimoni konsumen HPAI menyatakan bahwa banyak dari mereka yang sembuh dengan mengonsumsi produk HPAI. (Sumber: <http://hpaindonesia.net/testimoni/#>). Penulis juga melakukan wawancara secara langsung dengan salah satu staff bagian penjualan di *Business Center* Palembang 3, menyatakan bahwa produk HPAI berkemungkinan kecil mengalami kerusakan atau gagal pakai karena tidak adanya keluhan dari pelanggan.

Keunggulan lainnya yaitu tidak ada over dosis karena dosis yang tertera pada kemasan adalah dosis sehat, sehingga jika digunakan untuk terapi saat sakit maka cukup dinaikkan dosisnya dari dosis sehat. Selain itu

produk HPAI bersifat substitusi-kompelementari yang artinya bahwa sifat produk HPAI saling menggantikan. Subtitusi maksudnya jika ada satu produk HPAI tidak ada, maka fungsinya dapat digantikan oleh produk HPAI yang lainnya, yang rata-rata memiliki kandungan dan kegunaan yang beririsan (sama). Komplementari (melengkapi), artinya apabila semuanya ada dan mau diminum semua diperbolehkan dan akan saling bersinergi (menguatkan fungsi) (Sumber: <https://hpaindonesia.net/id>)

Sedangkan kualitas produk dilihat secara fisik ditampilkan oleh kemasan yang merupakan salah satu hal yang menjadi pusat perhatian pertama konsumen dalam melakukan pembelian. Kemasan produk HPAI sekarang ini sudah sangat beragam tergantung dari kebutuhan perlindungan suatu produk, yaitu adanya beberapa produk HPAI yang didominasi kemasan botol dikarenakan pertimbangan akan kemampuan perlindungan terhadap isi produk supaya lebih terjamin dan lebih praktis.

Menurut Suyanto, (2006:63) menyebutkan bahwa kemampuan kerja produk harus mampu ditampilkan oleh kemasan berupa kemampuan melindungi isi, kemudahan penyimpanan, kemudahan penggunaan produk, melindungi dari kerusakan dan ramah lingkungan. Sehingga konsumen akan mempertimbangkan kualitas produk dari dimensi kemasan produk tersebut dalam melakukan pembelian.

Sisi lainnya yang dapat dilihat secara langsung dari kemasan produk yaitu memiliki warna kemasan yang dominasi warna hijau sehingga menunjukkan bahwa produk tersebut memang terbuat dari bahan-bahan herbal alami, adanya fotografi (gambar) yang ditampilkan pada kemasan sesuai dengan produk dan memiliki kesesuaian spesifikasi produk serta memiliki masa pakai dan simpan (*expired date*) yang lama.

Konsumen dapat memperoleh informasi tentang produk dengan mudah seperti melalui brosur, media massa dan juga website perusahaan. Selain itu dilihat dari banyaknya distributor yang menjual produk HPAI secara langsung kepada konsumen sehingga dapat memengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk. Apabila konsumen merasa puas kebutuhan dan keinginan mereka akan produk telah

terpenuhi, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk.

Adapun faktor lainnya yaitu keberadaan label halal dari MUI yang tertera dalam kemasan produk HPAI yang akan memberikan nilai tambah untuk konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk. Adanya sertifikasi halal yang diberikan MUI kepada produk HPAI, membuat konsumen percaya dan merasa aman dalam mengonsumsi produk tersebut. Selain itu konsumen mengetahui bahwa produk HPAI yang telah memiliki sertifikasi halal berarti produk-produk tersebut diproses sesuai dengan syariat Islam dan dari bahan-bahan yang teruji kehalalannya. Menurut Rahman (2010: 27), “hal tersebut sangat berpengaruh pada penjualan sebuah produk. Dengan adanya sertifikasi tersebut, masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim merasa lebih aman mengonsumsi sebuah produk”.

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kualitas produk dan label halal telah banyak dilakukan, Ni Putu Novia Karlina dan Ni Ketut Seminari Tahun 2015 melakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Karya Pak Oles Tokcer Denpasar”** dalam E-Jurnal Manajemen yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk PT Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. Artinya bahwa semakin tinggi kualitas produk PT Karya Pak Oles Tokcer Denpasar maka akan semakin dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian. Penelitian juga dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan dan Muhammad Rizal Tahun 2016 yang berjudul **“Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”** dalam Jurnal Manajemen dan Keuangan yang menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.

Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas disertai bukti yang ilmiah mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk HPAI, untuk itu penulis akan

melakukan penelitian dengan menjadikan konsumen produk HPAI *Business Center* Palembang 3 sebagai objek populasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji masalah tersebut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk HPAI (Herbal Penawar Alwahida Indonesia) *Business Center* Palembang 3”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahannya yaitu:

- a. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk HPAI (Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) *Business Center* Palembang 3?
- b. Seberapa besar pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk HPAI (Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) *Business Center* Palembang 3?
- c. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk HPAI (Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) *Business Center* Palembang 3?

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menghindari pembahasan yang menyimpang dari topik yang dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan ini pada pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian pada produk HPAI (Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) *Business Center* Palembang 3.

1.4. Tujuan dan Manfaat

1.4.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan pembuatan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk dan label halal

mempengaruhi keputusan pembelian pada produk HPAI (Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) *Business Center* Palembang 3.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Secara garis besar manfaat penelitian Laporan Akhir ini dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Pembahasan terhadap permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan di atas, diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi pembaca mengenai pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk HPAI (Herbal Penawar Alwahida Indonesia). Secara teoritis manfaat penulisan ini akan membawa perkembangan terhadap ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan sekaligus rujukan terutama dalam mata kuliah Manajemen Pemasaran pada Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan informasi yang berguna bagi penjual mengenai pentingnya menciptakan dan menyediakan produk yang berkualitas baik berupa suplemen dan obat-obatan herbal dan memperhatikan penggunaan label halal dalam kemasan produk serta agar dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi PT Herba Penawar Alwahida Indonesia khususnya *Business Center* Palembang 3.
- b. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan atau referensi untuk pembaca dan masyarakat luas terutama yang ingin memperdalam ilmu ekonomi bidang manajemen pemasaran.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *Business Center* Halal Mart HNI HPAI Palembang 3 yang berlokasi di jalan Bank Raya IX, Demang Lebar Daun Komplek Puri Sehati Nomor A3 RT.51/RW.15 Kel. Lorok Pakjo Kec. Ilir Barat I Palembang. Adapun objek yang diteliti adalah pelanggan yang melakukan pembelian produk HPAI (Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) pada *Business Center* Palembang 3.

1.5.2. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penulisan ini ada dua (2) yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Menurut Silaen dan Widiyono (2013:145), “data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh peneliti”.

Data primer yang penulis peroleh dari hasil pengamatan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen produk HPAI pada *Business Center* Palembang 3 mengenai pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk HPAI.

b. Data Sekunder

Menurut Silaen dan Widiyono (2013:145), data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari hasil penelitian pihak lain. Data ini biasanya dikumpulkan dari pustaka (teks buku) atau dari laporan penelitian terdahulu.

Data sekunder yang penulis peroleh melalui berbagai macam referensi seperti jurnal-jurnal, buku ataupun penelitian pihak lain yang telah dipublikasikan yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

1.5.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan suatu petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Menurut Kerlinger dalam Widodo (2017:81), “definisi operasional merupakan spesifikasi kegiatan peneliti dalam mengukur suatu variabel”. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

a. Kualitas produk

Kualitas produk yang dimaksud adalah kualitas dari produk HPAI *Business Center Palembang 3*.

Indikator-indikator kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1) Performansi

- Produk HPAI memiliki khasiat yang baik bagi kesehatan tubuh dan aman dikonsumsi karena bahan utamanya adalah produk herbal alami.
- Produk-produk HPAI memiliki efek samping yang relatif rendah.

2) Fitur

- Produk HPAI memiliki kemasan yang bervariasi, warna kemasan dan fotografi yang sesuai dengan isi produk.
- Kemasan produk HPAI praktis untuk bawa dan disimpan.

3) Kesesuaian dengan spesifikasi,

- Produk HPAI memiliki kesesuaian spesifikasi antara kemasan dengan produk.
- Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dirasakan.

4) Durabilitas

- Produk HPAI memiliki masa aman konsumsi
- Produk HPAI memiliki daya simpan yang lama (*expired date*).

5) *Serviceability*

- Kemampuan dan keramahan para karyawan dalam memberikan pelayanan.
- Daya tanggap dan kecekatan karyawan dalam melayani setiap pelanggan.

b. Label halal

Label halal merupakan salah satu faktor yang menentukan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk HPAI.

Adapun indikator-indikator label halal dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Pengetahuan

- Produk HPAI diproses sesuai dengan syariat islam.
- Bahan-bahan yang terdapat pada produk HPAI merupakan bahan-bahan yang teruji kehalalannya.

2) Kepercayaan

- Konsumen percaya dengan produk HPAI karena berlabel halal.
- Konsumen dan merasa aman menggunakan produk HPAI karena berlabel halal.

c. Keputusan Pembelian

Konsumen akan melakukan keputusan pembelian produk HPAI apabila semua yang diharapkan oleh konsumen dapat dipenuhi seperti kualitas produk dan harga produk tersebut.

Indikator keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Pengenalan masalah

- Konsumen menyadari adanya kebutuhan menggunakan produk HPAI yang berkualitas dan berlabel halal.
- Konsumen menyadari adanya rasa ingin menggunakan produk HPAI yang berkualitas dan berlabel halal.

2) Pencarian informasi

- Konsumen memperoleh informasi tentang produk HPAI yang berkualitas dan memiliki label halal dari teman, keluarga, brosur dan media massa serta melalui distributor penjualan produk.
- Konsumen mencari tahu mengenai kualitas dan kehalalan produk dengan memperhatikan kemasan produk.

3) Evaluasi alternatif

- Konsumen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan produk HPAI yang berkualitas dan berlabel halal.
- Konsumen berusaha mencari manfaat tertentu dari produk HPAI yang berkualitas dan berlabel halal.

4) Keputusan pembelian

- Konsumen melakukan keputusan pembelian produk HPAI karena berkualitas.
- Konsumen melakukan keputusan pembelian produk HPAI karena memenuhi syarat kehalalan suatu syariat islam.

5) Perilaku pascapembelian

- Konsumen merasa puas dan akan membeli ulang produk HPAI yang berkualitas dan berlabel halal.
- Konsumen akan merekomendasikan produk HPAI ke calon konsumen lain.

1.5.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:148) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk HPAI (Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) *Business Center* Palembang 3.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:149) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen produk HPAI yang pernah melakukan pembelian produk minimal 1 kali. Menurut Hair et al dalam Kiswati (2010:59), “penentuan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel minimum} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 24 \times 5 \\ &= 120 \text{ responden}\end{aligned}$$

Maka pada penelitian ini ukuran sampel yang diambil penulis yaitu sebanyak 120 responden.

c. Teknik Sampling

Metode penentuan sampel di dalam penelitian ini adalah dengan metode *Non Probability Sampling*. Jenis *Non Probability Sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling*.

Menurut Sugiyono (2009:122) “*Purposive sampling* (sampel bertujuan) merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Teknik sampling yang dilakukan dalam penelitian ini digunakan untuk meneliti konsumen yang melakukan pembelian produk HPAI di *Business Center* Palembang 3 karena Penulis memilih orang-orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian tersebut.

1.5.5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dipakai untuk mengumpulkan data yang diperlukan penulis antara lain:

1. Riset Lapangan

a. Wawancara (*Interview*)

Menurut Sugiyono (2009:194), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Adapun pada penelitian ini, Penulis melakukan wawancara secara langsung kepada pemilik dan staff bagian penjualan dengan mendatangi langsung *Business Center* Halal Mart HNI HPAI Palembang 3 yang berlokasi di jalan Bank Raya IX, Demang Lebar Daun Komplek Puri Sehati Nomor A3 RT.51/RW.15 Kel. Lorok Pakjo Kec. Ilir Barat I Palembang

b. Kuisisioner atau angket

Menurut Sugiyono (2009:199), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Adapun yang akan menjadi objek dari penyebaran kuisisioner ini adalah konsumen yang pernah membeli produk HPAI *Bussines Center* Palembang 3 minimal 1 kali.

2. Riset kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini digunakan oleh penulis untuk mengambil data yang sifatnya sekunder, misalnya pengetahuan mengenai gambaran umum perusahaan dan tinjauan pustaka yang berhubungan dengan sistem informasi manajemen serta membaca dan mempelajari buku-buku literatur yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

1.5.6. Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini terdapat 2 variabel, yaitu variabel X dan Y. Dimana variabel

X adalah kualitas produk dan harga, sedangkan variable Y adalah keputusan pembelian pada produk HPAI.

1. Analisis Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2015:238), “teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik”. Dalam penelitian ini, analisis data kuantitatif menggunakan statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Perhitungan dari jawaban responden dalam kuesioner berdasarkan alternatif jawaban yang ada pada skala likert. Menurut Sugiyono (2015:168), “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dalam suatu penelitian”. Berikut ini adalah kualifikasi atau perhitungan kode angka dari setiap sikap dalam skala likert:

- a. Sangat setuju (SS) = 5
- b. Setuju (S) = 4
- c. Netral (N) = 3
- d. Tidak setuju (TS) = 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:277), analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (Kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan label halal (variabel independen) terhadap keputusan pembelian

(variabel dependen). Untuk mengetahui besarnya koefisien regresi dimaksud, penulis menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for windows 22.

Persamaan regresinya pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

| | |
|--------------------------------|--|
| Y | = Variabel dependen (Keputusan membeli) |
| a | = Konstanta |
| x ₁ | = Kualitas produk |
| x ₂ | = Label halal |
| b ₁ ,b ₂ | = Koefisien regresi untuk setiap dimensi |
| e | = Residual atau <i>prediction error</i> |

1.5.7. Uji Instrumen

1.5.1. Uji Validitas

Menurut Yusi dan Idris (2016:92), “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument”. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Data keputusannya adalah:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut valid

Jika $r_{hitung} < r_{table}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid

Pada penelitian ini, penulis menghitung validitas dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for windows 22.

1.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Yusi dan Idris (2016:95), suatu pengukur dikatakan reliable apabila pengukur tersebut menghasilkan

hasil-hasil yang konsisten. Reliabilitas mendukung validitas dan merupakan syarat perlu (*necessary conditions*) tetapi tidak merupakan syarat kecukupan (*sufficient conditions*) bagi validitas.

Pada penelitian ini, penulis melakukan pengujian realibilitas dengan menggunakan metode Alpha Conbach yang artinya diukur berdasarkan skala 0 sampai 100, jika nilai Alpha Conbach di atas 60% maka dikatakan reliable. Penulis juga melakukan pengolahan data uji reabilitas ini dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) *version 22 for windows*.

1.5.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui diterima atau ditolak, untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan parsial (Uji t) dan uji signifikan simultan (Uji F).

a. Uji Parsial (Uji t)

- 1) Uji menentukan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a)

Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas kualitas produk dan label halal secara parsial terhadap keputusan pembelian produk HPAI.

Bentuk pengujian:

H_{01} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk HPAI.

H_{a1} : Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk HPAI.

Ho₂: Tidak ada pengaruh positif dan signifikan label halal terhadap keputusan pembelian produk HPAI.

Ha₂: Tidak ada pengaruh positif dan signifikan label halal terhadap keputusan pembelian produk HPAI.

- 2) Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ha diterima.
- 3) Menentukan taraf signifikan sebesar 5%.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk membuktikan hipotesis yaitu kualitas produk dan label halal secara simultan terhadap keputusan pembelian produk HPAI.

- 1) Menentukan hipotesis Nol (Ho) dan hipotesis alternatif (Ha), yaitu:

Ho₁: Tidak ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk HPAI.

Ha₁: Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk HPAI.

- 2) Menentukan taraf signifikan sebesar 5%.
- 3) Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak. Sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho diterima.